



EESTI MAAÜLIKOOL  
Põllumajandus- ja keskkonnainstituut

**Helen Rouhijainen**

**SUVELILLEDE OSTUEELISTUSI MÕJUTAVAD TEGURID**  
FACTORS AFFECTING CONSUMER BUYING PREFERENCES OF  
ANNUAL FLOWERS

Magistritöö  
Aianduse õppekava

Juhendajad: dotsent Ele Vool PhD  
dotsent Argo Moor PhD

Tartu 2017

Eesti Maaülikool		Magistritöö lühikokkuvõte	
Kreutzwaldi 1, Tartu 51014			
Autor: Helen Rouhijainen		Õppekava: Aiandus	
Pealkiri: Suvelillede ostueelistusi mõjutavad tegurid			
Lehekülgi: 45	Jooniseid: 14	Tabeleid: 2	Lisasid: 1
Osakond: Aiandus			
Uurimisvaldkond (ja mag. töö puhul valdkonna kood): 1.6. Põllumajandusteadus			
Juhendaja(d): dotsent Ele Vool PhD, dotsent Argo Moor PhD			
Kaitsmiskoht ja -aasta: Tartu 2017			
<p>Uuringuid tarbijate suvelillede ostueelistuste kohta nii Eestis, kui ka mujal maailmas on tehtud väga vähe. Käesoleva uurimistöö eesmärk oli selgitada välja, millised suvelillede omadused on tarbijatele olulised ja mõjutavad ostueelistusi. Uurimistöö valimisse kuulusid inimesed, kes ostavad suvelilli. Vastajate leidmisel kasutati mugavusvalimit. Uurimistöös kasutati andmekogumiseks ankeeti. Kokku edastati elektrooniliselt 115 ankeeti, nendest tagastati ja andmeanalüüs tehti 70 ankeedi põhjal. Andmeanalüüsi tarbeks ankeetküsitluste vastused kodeeriti. Uurimistööst selgus, et suvelillede hind oli oluline 66% vastajatest ja mõjutab seetõttu ostu planeerimist ning spontaansete ostude tegemist. Tarbijate hulgas populaarsemaks ostukohaks osutus ehituspoe aiaosakond, kust ostis suvelilli 59% vastanutest. Suvelillede liikide tundmine ei olnud ostul oluline, küll aga eelistasid 80% tarbijatest vähest hooldust nõudvaid liike ja pidasid kasvukohta oluliseks valikukriteeriumiks. Tarbijad eelistasid kvaliteetseid suvelilli, 79% vastanutest oli oluline taime harunemine ja tugev kasv ning 90% pidas oluliseks taime tervet välimust ja rohelist lehestikku. 73% tarbijatele oli valikukriteeriumina oluline kasvuvorm, sealjuures rippuv kasvuvorm oli oluline 62% vastajatest. Suvelille õievärvi eelistus sõltus kompositsioonist ja oli oluline 79% vastanutest. Töös püstitatud hüpotees leidis kinnitust, nimelt on suvelille hind ja dekoratiivsus olulisteks taimede ostu mõjutajateks. Uurimustöö tulemused on kasuks suvelillede kasvatajatele ja tootjatele, et teada tarbijate eelistusi ning laiendada erinevate dekoratiivsete omaduste ja kasvukohanõuetega suvelillede valikut.</p>			
Märksõnad: dekoratiivsus, kasvuvorm, kasvukoht, hind			

Estonian University of Life Sciences		Abstract of Master's Thesis	
Kreutzwaldi 1, Tartu 51014			
Author: Helen Rouhijainen		Speciality: Horticulture	
Title: Factors affecting consumer buying preferences of annual flowers			
Pages: 45	Figures: 14	Tables: 4	Appendixes: 1
Department: Horticulture Department			
Field of research (and for Master's Thesis add research field code): 1.6 Agricultural Sciences			
Supervisors: PhD Ele Vool, PhD Argo Moor			
Place and date: Tartu, 2017			
<p>There haven't been many studies done on consumer buying preferences of summer flowers in Estonia. The aim of this study is to find out which qualities of annual flowers the consumers value and which ones influence their buying preferences. The sample of the study included people who buy summer flowers. A questionnaire was used for data collection. 115 questionnaires were sent out online and 70 of them were filled out and analyzed. The answers from returned questionnaires were coded for data analysis. The study showed that 66% of respondents look at the prize first and that influences their plans of buying and making spontaneous purchases. The most popular place (59%) for buying summer flowers turned out to be the gardening section at stores that sell construction materials. Species familiarity was not important to purchase, although 80% of consumers preferred species that require minimal care and considered habitat an important criterion in the selection. Consumers prefer high-quality summer flowers, 79% of respondents valued the plant's branching and strong growth and 90% valued the healthy look of the plant and green foliage. 73% of consumers replied that they look at the growth shape, and 62% replied that they look for hanging growth shape. 79% of respondents valued the colour of blossoms and the colour is chosen mostly depending on the composition. The hypothesis was confirmed - the prize and decorative appearance of summer flowers influence the consumer buying preferences the most. The results of the study are useful for people who grow and manufacture summer flowers, in order to know the preferences of their consumers and expand selection of decorative summer flowers.</p>			
Keywords: decorative, growth shape, growth space, prize			

# SISUKORD

SISSEJUHATUS .....	5
1. SUVELILLEDE KASUTAMINE HALJASTUSES .....	7
1.1. Tarbijate suvelillede ostueelistusi mõjutavad tegurid ja taimede dekoratiivsuse näitajad .....	9
1.2. Ilutaimede trendid, nende muutus ajas ja tarbijaskond.....	10
1.3. Suvelillede tootmine Eestis .....	12
2. MATERJAL JA METOODIKA .....	15
2.1. Valim .....	15
2.2. Mõõtevahendid .....	15
2.3. Küsitlemise protseduur .....	16
2.4. Uurimise objekt ja uuritavad tunnused.....	16
2.5. Andmeanalüüs.....	16
3. UURIMUSTÖÖ TULEMUSED JA ARUTELU .....	18
3.1. Suvelillede hind ostu mõjutajana.....	18
3.2. Suvelillede ostu mõjutavad tegurid .....	19
3.3. Suvelillede ostu valikut mõjutavad tegurid .....	23
3.4. Kasvukohanõuded suvelillede ostu mõjutajana.....	28
KOKKUVÕTE .....	30
SUMMARY .....	32
KASUTATUD KIRJANDUS .....	34
LISAD .....	38

## SISSEJUHATUS

Suvelillede tarbijaskond on suur ja põhjuseid palju, miks just neid lilli eelistatakse. Suvelilled õitsevad kauem, kui püsililled ja seega on nad parim lahendus kiireks aia või terrassi kaunistamiseks ning tühimike täitmiseks püsilille peenardes. Nendega on lihtne anda linnakeskkonnale juurde looduslikkust ja värviküllust. Suvelilled annavad igal kevadel vabaduse teha oma amplitesse, lillepottidesse ja -kastidesse ning peenardesse uued valikud ja lubavad tarbijatel fantaasia lendu lasta ning katsetada uusi sorte ja värvikooslusi (Rönnblom 2008: 144).

Agrotehnoloogia seisukohalt jagunevad suvelilled kaheks: need, mis külvatakse otse kasvukohale ja need, mis vajavad ettekasvatamist ning istutatakse kasvukohale juba noortaimedena. Tarbijate jaoks on oluline suvelille ostul tema dekoratiivne välimus, hooldusvajadus, hind, kasvuvorm ja kasvukohale sobivus (Middleton 2015). Suvelille dekoratiivsuse all mõistetakse taime väliselt nähtavaid omadusi, nagu pikaajaline õitsemine, õite ning lehtede suurus ja kuju, kasvuvorm jm (Vabrit 2002: 9). Suvelille haljastusväärtuse määrab lisaks taime dekoratiivsetele omadustele veel ilmastiku-, haiguste- ning kahjurikindlus. Haljastusväärtust mõjutavate teguritega (taime morfoloogilised tunnused, agrotehnilised võtted, kasvukeskkonna kliima ja taime bioloogilised omadused) arvestamine lihtsustab sobivate suvelillede valikut, pikendab dekoratiivsusperioodi ja aitab säästa soetus- ning hoolduskuludelt.

Uurimistes on leitud, et ostueelistusi mõjutavad erinevad tegurid, milleks on nii taime dekoratiivne välimus, hind, kliima sobivus ja hooldusvajadus. Uuringuid tarbijate suvelillede eelistuste kohta nii Eestis kui ka mujal maailmas on tehtud väga vähe. Lähtuvalt eelnevast püstitati töö hüpotees, et tarbijad teevad suvelillede ostueelistuse taime hinna ja välimuse põhjal. Uurimistöö eesmärk oli selgitada välja, millised suvelillede omadused on tarbijatele olulised ja mõjutavad ostueelistusi.

Uurimustöö tulemused on kasuks suvelillede kasvatajatele ja tootjatele, et laiendada erinevate kasvukohtade liikide valikut ja pakkuda tarbijate poolt eelistatud omadustega suvelilli.

Täna väga käesoleva magistr töö valmimisele kaasa aitamise eest PhD Ele Voolu, PhD Argo Moori ja Kadri Krebsteini toetuse ning usalduse eest.

# 1. SUVELILLEDE KASUTAMINE HALJASTUSES

Suvelilled on enamasti üheaastased taimed, kuid nende hulka arvatakse ka kaheaastaseid lilli. Ühe aasta jooksul taim kasvab, õitseb, moodustab seemned ja sureb (Aomets 2014: 9; Tara 2009: 12). Pika vegetatsiooniperioodiga üheaastaste lillede istikud tuleb kasvuhuones ette kasvatada, sest muidu ei jõua nad meie välitingimustes normaalselt kasvada ega areneda (Lasis 2014: 87). Suvelilled hakkavad õitsema tavaliselt 8-10 ja kiirekasvulised liigid 4-6 nädalat pärast külvi. Olenevalt liigist õitsevad suvelilled intensiivselt juunist kuni oktoobrini. Kaheaastased suvelilled moodustavad külviaastal lehekodariku, seejärel talvituvad. Kevadel alustavad nad uuesti kasvu, siis õitsevad, moodustavad seemneid ja seejärel surevad.

Eesti kliimas kasvatatakse üheaastaste suvelilledena paljusid soojema kliimaga riikidest pärit liike, kes oma kodumaal on püsikud, kuid meie karmis kliimas ei talvitu. Enamik suvelilledest pärinevad lõunapoolsetest maadest, näiteks suur lõvilõug *Antirrhinum majus* (Tara 2009: 104) ja rand-kivikilbik *Lobularia maritima* Vahemere maadest (Aomets 2014: 119), sinilobeelia *Lobelia erinus* (Tara 2009: 192) ja suureõieline nemeesia *Nemesia strumosa* Lõuna-Aafrikast (Tara 2009: 209), feerulalehine ruse *Bidens ferulifolia* ning lamav sanvitaalia *Sanvitalia procumbens* USA lõunaosast ja Mehhikost (Wehmeyer, Hackstein 2008: 78; Aomets 2014: 159), hübriidpetuunia *Petunia×hybrida* Lõuna-Ameerikast (Tara 2009: 229), peiulille *Tagetes* erinevad liigid Mehhikost (Tara 2009: 254-258). Kõik eelpool nimetatud liigid eelistavad kasvamiseks päikesepaistelist kohta, kuid nii mitmedki teised liigid tunnevad end kõige paremini poolvarjulistes kasvukohtades (Drameus-Åberg 2001: 47). Kasvatamisel peaks kindlasti arvestama, et kas meelepärased liigid sobivad tulevase kasvukoha valgustingimustega. Problemaatilised on tavaliselt varjulised kasvukohad, kuhu üheaastaste õisdekoratiivsete taimede valik on väike. Alternatiivseteks lahenduseks sellistesse kohtadesse oleks lehtdekoratiivsed liigid, kes end graatsilise ja kontrastse välimusega suvelillede kompositsioonides on tõestanud (Vool, Politsinski 2016).

Tänu suvelillede laiale sortimendile ja rikkalikele ning sageli puhastele värvidele võib kujundada terve peenra nii, et õisi jätkub varakevadest hilissügiseni. Avalikel haljasaladel võib tihti näha suvelilledest kujundatud mustreid, nagu loomad, huvitavad ehitused jne

(Månsson, Johanson 2006: 12). Nii Eestis kui ka mujal maailmas on viimastel aastatel kogunud suurt populaarsust ka suvelilled kasvatamine konteinerites. Konteinereid eelistavad inimesed, kellel on vastrajatud aiad või kes elavad korterites (Mason *et al.* 2008). Lillekaste ja ampleid kasutatakse tavaliselt kiviste pindade kaunistamiseks, näiteks sissekäigu tähistamiseks hoone ukse kõrval, terrassidel ja rõdudel (Vabrit 1996: 29). Amplitesse ja rõdukastidesse sobivad rippuva kasvuvormiga suvelilled. Kõige menukamad amplitaimed, mida Eesti kaubandusvõrgus leida võib on ripp-petuuniad ja -fuksiad. Konteinerites kasvatamisel on oluline juurte kasvuruum, et suvelilled saaksid piisavalt toitaineid ja vett. Suurtele amplililledele, nt ripp-petuuniatele, arvestada ühe taime kohta 3-5 liitrit mulda (Tara 2009: 28). Roniva kasvuvormiga suvelilli kasutatakse näiteks ronisõrestike, pergalote, püramiidide ja tarade kaunistamiseks, kus nad võluvad oma lehtede ja õite küllusega ning pakuvad aias ka varju ja privaatsust. Ronitaimede võlu seisneb selles, et nad kasvavad väga kiiresti ja kasutavad igat avanevat võimalust kõrgustesse siirdumiseks (Bohlmann; Bohlmann 2000: 50). Lamanduva kasvuvormiga suvelilled on head pinnakatjad näiteks kallakute kaunistamiseks.

Valdavalt vajavad suvelilled võrreldes püsililledega rohkem hooldust. Vähem harunevaid liike tuleks kärpida siis kui taim on kasvatanud kolmanda paari pärislehti. Kuival perioodil vajavad suvelilled kastmist 1-2 korda nädalas, sealjuures kastetakse õhtuti ja korraga rohkem, 10-20 l/m<sup>2</sup> (Aomets 2014: 15-16). Amplites kasvavaid suvelilli kastetakse vajadusel iga päev. Soovitav on anumasse kasvusubstraati lisada vee hoidmist parandavaid aineid, nagu liiva, perliiti, vermikuliiti (Tara 2009: 28-29). Suvelilled õitsemise pikendamiseks, eemaldatakse äraõitsenud õied, kahjustunud lehed või kuivanud oksad. Peenras kasvavate suvelilled pealtväetamine pole alati vajalik, küll aga peab regulaarselt väetama lillekastides ja amplites kasvavaid suvelilli. Enamasti väetatakse suvelilli kord nädalas, anumates kasvavaid taimi väetada sagedamini või kasutada pikatoimelisi väetisi, mis segatakse mulda juba istutamisel, sealjuures tagavad lisakastmine ja kasvuaegne väetamine rikkalikuma õitsemise (Tara 2009: 24; Palusalu 2011: 170).



## 1.1. Tarbijate suvelillede ostueelistusi mõjutavad tegurid ja taimede dekoratiivsuse näitajad

Tarbijate suvelillede ostueelistusi mõjutavad erinevad tegurid, milleks on nii taime dekoratiivne välimus, hind, kliima sobivus ja hooldusvajadus (Middleton 2015). Lõuna-Aafrika tarbijate hulgas läbi viidud uurimusest selgus, et 95% vastajate jaoks olid olulised taime kvaliteet ja hea välimus (tabel 1, Middleton 2015). Suvelillede ostmisel 85% vastajatest jälgis, et taim sobiks antud kliimasse. Oluliseks aspektiks oli ka taime eluiga, sealjuures 82% vastanute jaoks oli oluline taime pikaelasticus. 76% vastanutest pidas oluliseks taime veenõudlikkust ja head vastupanu haigustele ning kahjuritele. Orhideede kohta läbi viidud uuringust selgus ka, et tarbijad on nõus maksma kõrgemat hinda haruldaste taimede eest (Hinsley *et al.* 2015).

**Tabel 1.** Lõuna-Aafrika tarbijatele olulised aspektid ilutaimede valikul (Middleton 2015)

Omadused	Vastajate %
1. Taime kvaliteet (üldine välimus, tervis ja atraktiivsus)	95
2. Hea aianduslik välimus (õite ja lehtede tootlikkus)	95
3. Kliima sobivus	85
4. Taime pikaelasticus	82
5. Taimede veenõudlikkus	76
6. Kahjurite ja haigusresistentsus	76

Olulisemaks dekoratiivsuse näitajaks on suvelillede silmapaistvalt rikkalik õitsemine, mis lisab keskkonnale värvi, nii linnahaljastuses kui ka koduaias (Linna rohealade hooldamine. 2014: 41-42). Selleks, et õiteilu kestaks kogu vegetatsiooniperioodi, uuendatakse kompositsiooni kolm korda (I, II ja III vahetus), istutades ettekasvatatud taimed tihedatesse kooslustesse. Lõuna-Aafrika tarbijate hulgas läbi viidud uuringus selgus, et 97% tarbijate jaoks on oluline taime üldine kena välimus, 77% pidas oluliseks taime kuju ja 90% taime lõppsuurust (tabel 2, Middleton 2015).

**Tabel 2.** Lõuna-Aafrika tarbijatele olulised taime omadused tähtsuse järjekorras (Middleton 2015)

Omadused	Vastajate %
1. Kena välimus (põõsasjas, tihe ja kompaktne)	97
2. Taime lõppsuurus/kasv (kõrgus ja laius)	90
3. Taim meelitab elusloodust (linde ja liblikaid)	82
4. Õie värv	81
5. Taime kuju	77
6. Õie lõhn	60
7. Õie suurus	52

Dekoratiivtaimede puhul hinnatakse dekoratiivsete näitajate poolest samuti õite- ja lehtede variatsioone, lõhna, kasvukuju jne, millega saab maastikupilti väga ilmekalt täiendada (Linna rohealade hooldamine 2014: 41-42). Varjulist ja pimedavõitu kasvukohta elavdab kirjulehine taimestus, tuues kompositsiooni liikuvust ja sügavust (Kähr 2012: 16). Lõuna-Aafrika tarbijad hindavad dekoratiivsuse näitajate poolest erinevaid taime õie omadusi. Õie värv oli oluline 81% vastajatest, õie lõhn 60% ja õie suurus 52% vastajatest (tabel 2, Middleton 2015).

Oluliseks peetakse ka kasvuvormi, näiteks pinnakattetaimedest mõned liigid on intensiivsed roomajad, millega kaetakse muru asemel järsemaid nõlvasid ja varjulisi kohti, kus muru hästi ei kasva (Linna rohealade hooldamine 2014: 41-42).

## 1.2. Ilutaimede tarbijaskond ja trendide muutus ajas

Ilutaimede trendid muutuvad ajas ja nendega koos ka taimeliikide valik, mida tarbijad soovivad aias kasvatada. Kunagi kasvatati näiteks taluaedades üheaastaste taimedena neid liike, mida sai kuivatada ja talvel vaasi panna või ravimtaimedena kasutada (Palusalu 2011: 165). Viimaste aastate trend on kirjulehiste taimede, mis on ühtlasi ka kaunite õitega, aeda toomine. Arvestades nõudlust, aretavad sordiaretajad uusi kirjulehiseid sorte järjest juurde ja lehtede värvikombinatsioonid muutuvad üha ebamaisemateks ning taimed kompaktsemateks. Näiteks on aretatud kirevate ja pilkupüüdvate lehtedega värd-kirinõges, mida on nii kollase, roheka, oranži, punaka, peaaegu valgete või pruunikirjude lehtedega sorte (Lepik 2013). Trendiks võib pidada ka tarbijate suurenenud nõudlust vähem hooldust

vajavate suvelilledel järgi. Aretatud on „isepuhastuvad“ suvelilled, mille äraõitsenud õied tuulega minema puhutakse, näiteks harilik kaksikkannus, feerulalaheine ruse, lamav sanvitaalia, südajas suutera, aed-raudürt jne (Käger 2015: 183).

Eesti turule jõuab igal aastal nii mõnigi uus üheaastane dekoratiivne ilutaim, mille kasvatuskogemused puuduvad ja aretusfirmade poolt koostatud kasvatusjuhised ei pruugi meie kliimaoludesse sobida. Seetõttu on raskendatud müügi- ja eksponeerimisaja kavandamine ning suurenevad majanduslikud kulud (Vabrit 2002: 8). Uute aretiste puhul on põhiliseks probleemiks vähene vastupidavus ilmastikutingimustele, põhjustades haljastuskulude suurenemist suvelilledel sagedase väljavahetamise tõttu.

Kaubandusvõrgus on endiselt populaarne ka see, et erinevaid anumaid ei täideta enam ühe ja sama värvi ning liigiga, vaid sobitatakse kokku mitmest erinevast liigist või sordist suvelilli. Värvieelistused muutuvad aiakujunduses aegade jooksul. Seda märgatakse tihti just suvelilledel müügil ja uute trendivärvide pealetungil (Rikkinen 2007: 16). Värvid annavad aiale elu ja neil on suur roll. Värvuste õnnestunud kombinatsioonid muudavad aiaruumi ilmekaks ja aitavad välisruumi optiliselt suurendada või vähendada. Põhivärvused on kõige puhtamad ja toovad aeda rõõmu ning sära (Randoja-Muts 2009: 94-100). 2017. aasta trendivärvadena on tagasi eredad ja julged värvi nagu kollane, sinine, roosa ning palju uusi punaseid ja kirsi ning tule värvi suvelilli (Garden Media Group).

Inimorganismile virgutavalt ja rahustavalt mõjuvad ka lõhnad meie ümber. Üha suuremat populaarsust on saavutanud aroomiteraapiad, mis on ilmutanud tervendavat mõju (Haarpaintner 2004: 7). Juba vanasti armastasid inimesed kasutada lõhnu ravieesmärgil ja ka tänapäeval on lõhnavatel ilutaimedel oma tarbijaskond. Dekoratiivsetest lõhnataimedest tuntakse nii päeva-, õhtu- kui öölõhnajaid. Hästilõhnavaid taimi tuleks paigutada nii, et nende aroom paremini mõjule pääseks. Lõhnataimed on soovitatav istutada võimalikult tuulevarju, sest siis jääb lõhn kauemaks püsima ega lendu tuule käes laiali.

Tootjad ja jae- ning hulgimüüjad on huvitatud atraktiivse välimuse ja hea transpordituvusega suvelilledel turustamisest (Vabrit 2002: 8). Ilutaimede tarbijad huvituvad üha rohkem toodete päritolust. Eelistatakse osta ja ollakse valmis maksuma kõrgemat hinda, kui on teada, et tooted kasvatatakse kohapeal ning jätkusuutlikul viisil ja turustatakse biolagunevates ja kompostitavates pottides (Yue *et al.* 2011). Tarbijad ostavad

kohapeal kasvatatud tooteid peamiselt nende kõrge kvaliteedi ja värskuse pärast (Yue, Tong 2009). Uuringud on samuti näidanud, et tarbijad on huvitatud keskkonnasõbralikult toodetud toodetest ja ökomärgiste kasutamine on kiiresti kasvanud kogu maailmas (Yue *et al.* 2011). Ilutaimede tarbijaskonna moodustavad nii eramutes, kui ka kortermajades elavad erineva sotsiaalse taustaga inimesed. Kahekümne kolmes maailma eri riigis viidi aastatel 1991-2006 läbi 90 uuringut linnamaastiku ja inimeste vajaduste kohta (Matsuoka, Kaplan 2008). Uuringust selgus, et inimesed otsivad kontakti loodusega ja soovivad oma panuse anda linnahaljastuse planeerimisse. Elusa loodusega tegelemine rahustab ja tasakaalustab argielu närvilisust ja taimede värvi- ning vormirikkusega mängimine arendab loovust ja pakub rõõmu (Faßman, Kratz 2014: 17).

Potentsiaalsed suvelillede tarbijad on ka inimesed, kellel ei ole ruumi traditsioonilise aiandusega tegelemiseks, kuid neil on rõdu või terrass, kus on võimalus suvelillede kasvatamiseks. Konteinerid on lihtne paigutada ja sobivatesse kohtadesse liigutada ja need on lahenduseks ka probleemse pinnase korral (Mason *et al.* 2008).

### **1.3. Suvelillede tootmine Eestis**

2010. aasta seisuga oli lillede ja ehistaimede kasvatamisega tegelevaid ettevõtteid Eestis kokku 101, kellest 52 tegeles katmikala lillede ja ehistaimede kasvatamisega ning 49 avamaalillede ja ehistaimede kasvatamisega (Eesti aiandussektori arengukava... 2015: 40). 2016. aasta seisuga oli avamaa- ja katmiklillede ning ehistaimede kasvatuses tegelevaid ettevõtteid kokku 35 (PMS119). 2010. aastal moodustas katmikala lillede ja ehistaimede pind kokku 10 ha, kolmandiku kogu lillede ja ehistaimede kasvupinnast. 2020. aastaks on püstitatud eesmärgiks saavutada, katmikala lillede ja ehistaimede kasvupinnaks 20 ha ja lillekasvatuse eksport 4,8 mln eurot (2012. aastal oli vastavalt 10 ha ja 4,3 mln eurot) (Eesti aiandussektori arengukava... 2015: 7).

Iluaianuse ühistegevuses nähakse koostöövõimalusi turunduses (ühise kaubamärgi loomine välisturgude jaoks) ja ekspordivõimaluste realiseerimises (Eesti aiandussektori arengukava... 2015: 17). Ekspordi toodangu mahu ja kvaliteedi saavutamiseks tuleb vähendada tehnoloogilist mahajäämust ja muuta tootmisprotsess efektiivsemaks. Seda

toetab võimalus kasutada finantsinstrumente (sooduslaenuid ja garantiid), mille abil soodustada vajalike investeeringute tegemist taristusse, tehnikasse ja seadmetesse (kasvuhoonetes näiteks kastmine ja valgustus või väetamine, pakendamine). Oluliseks peetakse tootjate osalemist ekspordi sihtriikides toimuvatel iluaiaanduse messidel. Koduturul pöörata suuremat tähelepanu müüki toetavatele tegevustele kohalikku päritolu toodete osas ja realiseerida olemasolevad konkurentsieelised, milleks on hooaegade erisus, sordiaretus ja väikese energiamahukusega tooted.

Suurimad suvelillede tootjad Eestis on: OÜ Kanepi Aiand, AS Sagro, OÜ Hansaplant Hulgi, AS Nurmiko AK, Flores Aed OÜ. Kõik nimetatud ettevõtted on ka Eestis Kasvatatud märgi kasutajad seisuga 20.08.2016 (Eesti Aiandusliit).

OÜ Kanepi Aiand on aktiivselt tegutsenud lilleturul aastast 1994 (OÜ Kanepi aiand). Suvelilletteodangut turustatakse peamiselt Eesti turgudel, aiandus- ja lillepoodides ning mitmete linnadega sõlmitud lepingute kaudu. OÜ Kanepi Aiand tegeleb ka noortaimede edasimüügiga.

AS-l Sagro on lillekasvatuseks kasutatav pind 1000 m<sup>2</sup> köetavat kasvuhoonet suve- ja potilillede ning 2000 m<sup>2</sup> mitteköetavat kasvuhoonet suvelillede jaoks (AS Sagro). Enamik suvelilletteaimedest kasvatatakse kohapeal seemnetest, ampliteaimede ja suve teise poole potiteaimede jaoks kasutatakse juurdunud pistikuid ja noortaimi (firmadelt Royal Van Zanten, Grünewald jt).

OÜ Hansaplant Hulgi on 1997 aastal asutatud Eesti kapitalil põhinev aiandusettevõte, kes tegeleb nii suvelille istikute kasvatamise ja jaemüügiga (OÜ Hansaplant Hulgi). OÜ Hansaplant Hulgi üheks väärtuseks on loodussõbralikkus ning majandatakse keskkonda säästes. Näiteks kogutakse üleliigne kastmisvesi kokku, et seda kastmisel taaskasutada. Lisaks kogutakse vihmavett taimede kastmiseks.

OÜ Nurmiko AK alustas lillekasvatusega 1996 aastal, tänaseks on kasvatatud üheks suurimaks lillekasvatuseks Eestis (OÜ Nurmiko AK). Ligikaudu 30% müüdavast kaubast moodustab omatoodang, mis valmib OÜ Nurmiko AK kasvuhoonetes Saku lähedal Juuliku külas. Enamus toodangust realiseeritakse koduturul, kuid juba aastaid toimub eksport Soome ja vähesel määral ka Läti turule.

Flores Aed OÜ on Eesti kapitalil põhinev pereettevõte, kes tegutseb alates aastast 1998 (Flores Aed OÜ). Tänapäevaks on Flores Aed OÜ kasvanud üheks suuremaks dekoratiivtaimede kasvatajaks Eestis. Peamiseks toodanguks on erinevad potililled. Alates 2005. aastast tegutseb Flores Aed OÜ Maardu linna piiril asuvas renoveeritud aiandis, kus on kasutusel ca. 12 000 m<sup>2</sup> kasvuhoonepinda ning 2000 m<sup>2</sup> lao- ja abipindasid. Oma toodangut turustatakse põhiliselt Eestis ja Soomes. Sortiment on läbi aasta väga mitmekesine. Kevad-suvel on suur valik suvelille ampleid, võõrasemasid ja teisi levinud suvelilli.

## **2. MATERJAL JA METOODIKA**

### **2.1. Valim**

Uurimistöö valimisse kuulusid inimesed, kes ostavad suvelilli. Vastajate leidmisel kasutati mugavusvalimi põhimõtet, valides inimesed, kes on töö autorilt ostnud suvelilli või tema tuttavad. Kokku edastati elektroonilisel teel 115 ankeeti, nendest tagastati ja andmeanalüüs tehti 70 ankeedi põhjal. Seega oli tagastusprotsent 60,9%.

Vastanutest 59 (87,4%) olid naissoost ning 11 (12,5%) meessoost. Vastajad olid vanusevahemikus 22-63 eluaastat. Keskmine vastaja vanus oli 38,9 aastat. Vastajate seas oli nii põhi- (2 vastanut ehk 2,9%), kesk- (10 vastanut ehk 14,3%), keskeri- (18 vastanut ehk 25,7% ) kui ka kõrgharidusega (40 vastanut ehk 57,1%) mehi ja naisi.

Enim osales uurimuses inimesi, kelle elukoht oli elamu ja vähem, kelle elukoht oli korter. Elamu oli elukohaks 55 ehk 78,6 % vastanutest ja korteris elas 15 ehk 21,4% vastanutest. Sotsiaalse staatuse järgi jagunesid vastajad nelja rühma. Kõige rohkem (49) oli vastajaid palgatöötajate seas ehk 70% vastanutest, järgnes 11 ettevõtjat ehk 20%, 4 õpilast ehk 5,7% ja 3 pensionäri ehk 4,3% vastanutest.

### **2.2. Mõõtevahendid**

Uurimistöös kasutati andmekogumiseks ankeeti (vt lisa 1). Ankeedi koostas töö autor ise. Ankeet algas pöördumisega vastaja poole ja täitmise juhendiga. Ankeet oli jaotatud kaheks osaks. Esimene osa koosnes 15 suletud ja avatud küsimusest. Suletud küsimustele anti hinnanguid Likerti 5-palli skaalal (*1-väga oluline...5- täiesti väheoluline*) või valiti vastusevariantidest sobivaim. Andmeanalüüsi tarbeks muudeti skaala 3-palliseks (*1-väheoluline...3- oluline*), kuna vastuseid oli mõnes variandis liiga vähe ja ei võimaldanud teostada andmetöötlust. Avatud küsimuste juures oli võimalik lisada sobiva variandi

puudumisel vastus omas sõnastuses. Ankeetküsitluse teine osa koosnes viiest vastaja isikuandmeid puudutavast küsimusest.

### **2.3. Küsitlemise protseduur**

Töö autor edastas personaalselt elektroonilise ankeetküsitluse kõigile valimisse kuulunud inimesele. Andmed koguti ajavahemikus 24.10.-06.11.2016. Vastamine küsimustikule oli vabatahtlik ja anonüümne – seda rõhutati ka ankeedi sissejuhatuses. Vastamiseks oli esialgselt aega 7 päeva. 7 päeva möödudes selgus, et vastanuid pole piisavalt ja seejärel saatis autor kirjaliku meeldetuletuse kogu valimile ning andis vastamiseks aega lisaks 7 päeva, mille tulemusel tagastati kokku 70 ankeeti.

### **2.4. Uurimise objekt ja uuritavad tunnused**

Uurimise objektiks käesolevas magistritöös olid tarbijate ostueelistused suvelillede ostul. Uuriti, kui olulised on suvelillede ostul järgmised näitajad: hind, värvus, kõrgus, õiekuju, lehestik, lõhn, kasvuvorm/-kuju, kasvukoht(päike/vari), õitsemise aeg ja hooldus. Andmetöötamise kontekstis eristati, mis tüüpi tunnusega on tegu. Antud uurimustöös on tegu kvalitatiivsete tunnustega, mis on mitteamvulised ja jagunevad omakorda nominaalseteks tunnusteks, järjestustunnusteks ja binaarseteks tunnusteks. Nominaalsed tunnused on hind, värvus, kõrgus, õiekuju, lehestik, lõhn, kasvuvorm/-kuju, kasvukoht, õitsemise aeg, hooldus jne. Järjestustunnused on haridus ja sotsiaalne staatus. Binaarne tunnus on sugu, elukoht ja samuti jah/ei vastused.

### **2.5. Andmeanalüüs**

Andmeanalüüsi tarbeks ankeetküsitluste vastused kodeeriti ja analüüs teostati programmiga R Core Team ja Vassarstats. Programmi Vassarstats andmeanalüüsimeetodidest kasutati Fisheri täpset testi, kus leiti kõik antud summaarsete rea- ja veerusageduste puhul võimalikud kahemõõtmelised sagedustabelid ning arvutati nende esinemise tõenäosused

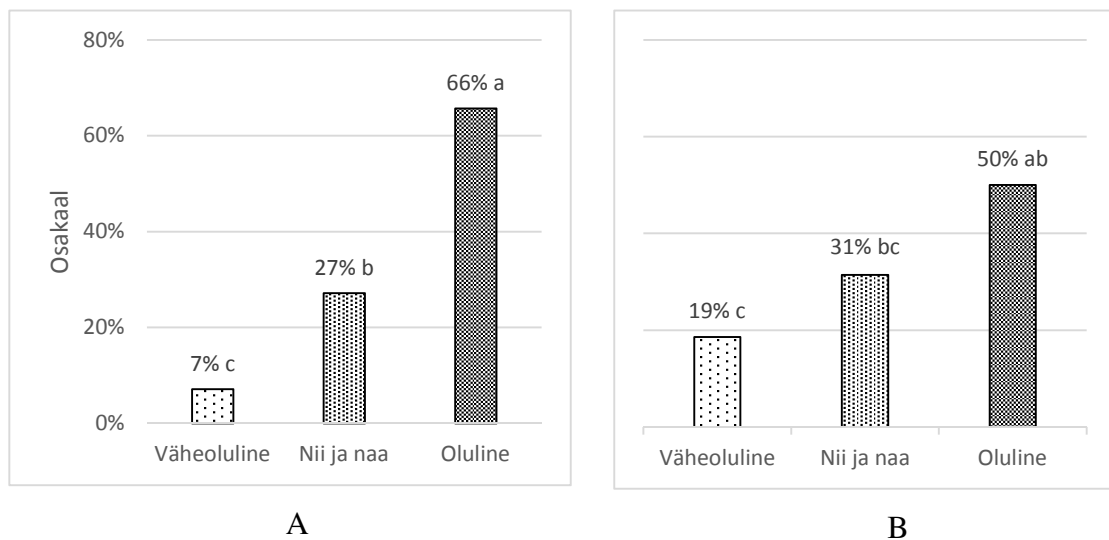


nullhüpoteesi eeldusel (tunnuste sõltumatuse eeldusel). Tunnuste sõltumatuse eeldusel on tõenäosus, et uuritavad individid/objektid on tabeli lahtrite vahel jaotunud konkreetse viisil, leitav hüpergeomeetrilisest jaotusest. 2x2-tabelite puhul avaldub konkreetse, fikseeritud rea- ja veerusummadega (Kaart 2012). Graafikutest kasutati magistritöös tulp-diagrammi ja osade vastuste osas piirduti ainult tabeliga.

### 3. UURIMUSTÖÖ TULEMUSED JA ARUTELU

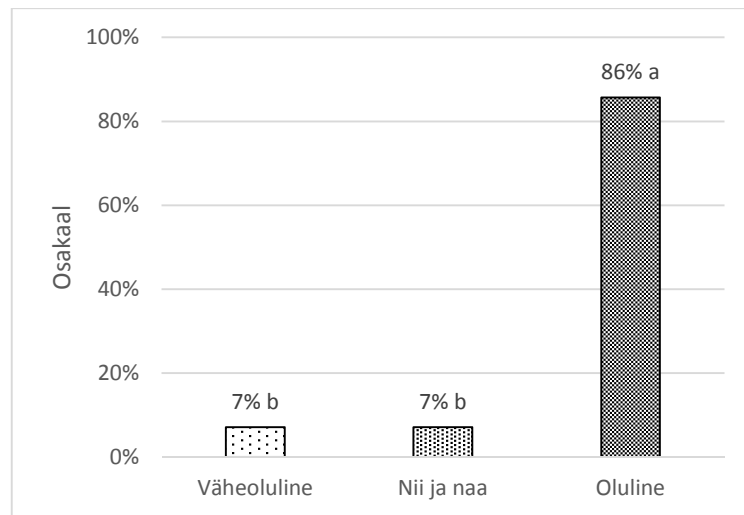
#### 3.1. Suvelillede hind ostu mõjutajana

Uurimistööst selgus, et suvelillede hind on oluline 66% vastajatest ja 27% ei pidanud seda ei oluliseks ega väheoluliseks (joonis 1; A). Ainult 7% vastanutest pidas hinda väheoluliseks. 50% vastanute jaoks mõjutab ostu soodushind, samas kui nii ja naa suhtuvad sellesse 31% vastanutest (joonis 1; B).



**Joonis 1.** Suvelille tavahinna (A; N=70;  $p < 0,001$ ) ja soodushinna olulisus ostul (B; N=70;  $p = 0,005$ )

Soodushinna olulisuse vähenemist võib põhjendada asjaoluga, et selleks ajaks, kui taimede hindasid alandatakse on ka taimede valik oluliselt vähenenud ja kvaliteet alanenud. Selle tõttu võib arvata, et hind üksinda ei ole ostul määrav ja mida kõrgem on hind, seda nõudlikum on ka tarbija. Ka USAs kurerehade kohta tehtud uuringust selgus, et ostuotsuse langetamisel oli hind alles kolmandal kohal (Behe *et al.* 1999). USA ja Kanada tarbijate hulgas läbi viidud uuringust selgus ka, et tarbijad olid nõus maksma kõrgemat hinda kohapeal toodetud, keskkonnasõbralikku ja säästvat tootmisviisi kasutavate ettevõtete toodetud toodete eest (Behe *et al.* 2013; Yue *et al.* 2015).

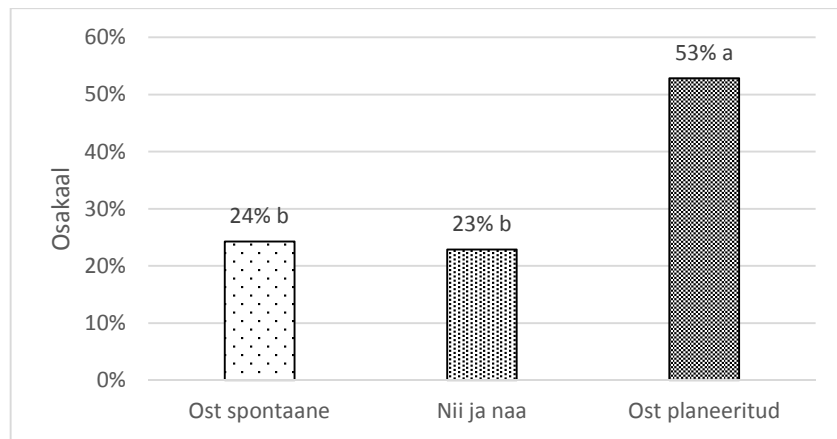


**Joonis 2.** Kuivõrd ollakse nõus suvelillede eest enam raha kulutama, kui liik on lihtsasti hooldatav (N=70;  $p<0,001$ )

86% vastanutest on nõus suvelillede eest rohkem maksma, kui ostetav liik on kergesti hooldatav (joonis 2). Võib arvata, et tarbijate suur huvi kergesti hooldavate või vähe hooldust nõudvate suvelillede järgi tuleneb kiirest elutempost, mis jätab inimestele üha vähem aega aiandusega tegelemiseks ning aia eest hoolitsemiseks. Seetõttu valitakse aeda suvelillede liigid, mis kasvavad meie kliimas ka vähese hooldusega ning ei võta inimestelt kogu vaba aega nende eest hoolitsemisel. Ka Kagu-Austraalias läbi viidud uuringust selgus, et madalad hoolduskulud olid üheks kõige olulisemaks taime valiku põhjuseks (Kenda *et al.* 2012).

### 3.2. Suvelillede ostu mõjutavad tegurid

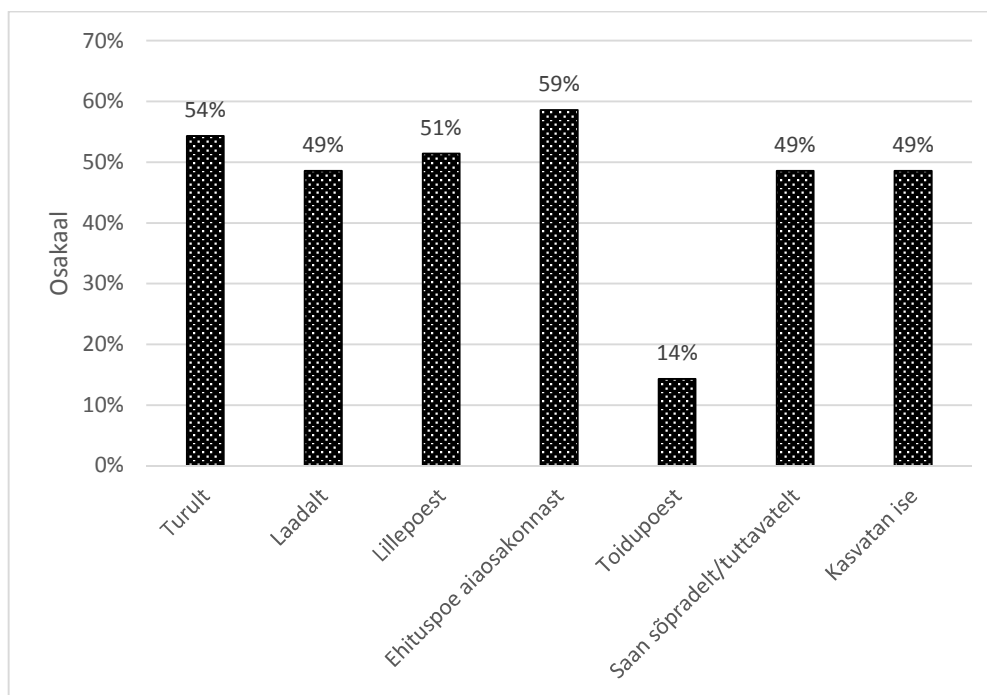
Vastajatest oluline hulk (53%) planeerib suvelillede ostu tavaliselt ette ja ostukohas teeb spontaanseid oste 24% vastanutest (joonis 3). Üheaastaste suvelillede massiline kasutamine aiakujunduses on küllaltki kulukas (Palusalu 2011: 170) ja mõjutab tarbijate suvelillede ostu planeerimist ning spontaansete ostude tegemist. Konkurents suvelillede turul on suur ja enamuse müügikohti teeb regulaarselt müügi edendamiseks erinevaid kampaaniaid, kus pakutakse soodsama hinnaga suvelilli, mis mõjutab suuresti ka tarbijate ostu planeerimist ja suurendab spontaanseid oste. Tulemust võis mõjutada ka uurimuse läbiviimise aeg (24.10.-06.11.2016), kuna kõrghooaeg oli möödas ja suvelilli sellel perioodil Eesti kaubandusvõrgus enam ei pakuta. Selle tõttu ei pruukinud vastajad anda ankeedis objektiivseid vastuseid.



**Joonis 3.** Kuivõrd on suvilillede ost ette planeeritud või tehakse seda ostukohas spontaanselt (N=70; p=0,002)

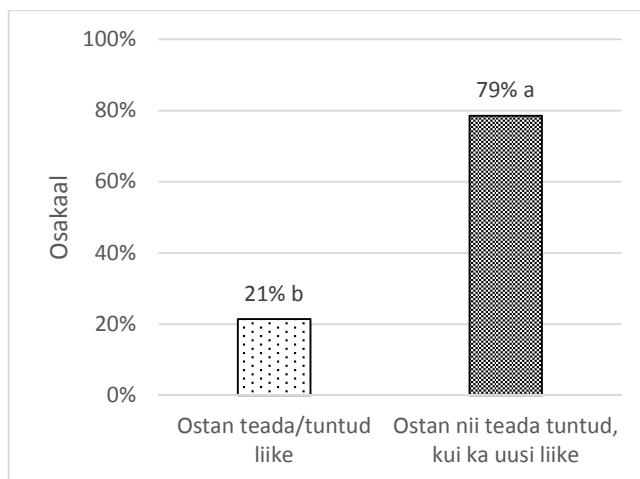
Eesti tarbijad ostavad suvililli erinevatest kohtadest, kõige populaarsemaks ostukohaks osutus ehituspoe aiaosakond, kust ostab suvililli 59% vastanutest ja kõige vähem 14% vastanutest ostis suvililli toidupoe (joonis 4). Ankeetküsitluse vastustes toodi eraldi välja ka suvilillede ost otse aiandist, kuid vastajate osakaal oli väga väike (2 vastajat). Eesti ehituspoodide aiaosakonnad on tarbijate hulgas populaarsed, sest pakuvad suurt sortimenti erinevaid suvililli ja nende hoolduseks vajaminevaid vahendeid. Seega on tarbijal võimalus osta kõik vajaminev mugavalt ühest kohast. Korraldatakse ka kliendipäevi, kus spetsialistid annavad nõu, kuidas erinevaid taimeliike hooldada ja millised taimeliike erinevatesse kasvukohtadesse valida. Laadatel ja turul käivad oma kaupa pakkumas nii suvililli tootvad ettevõtted, kui ka eraisikutest hobiaednikud. 54% vastanutest eelistaski osta suvililli turult ja 49% laadalt, kus näiteks hobiaednikud pakuvad suurt sortimenti ja kelle valikust võib leida ka vähelevinud ning haruldasemaid liike, mida aiandid ei tooda, kuid tarbijate huvi nende vastu on olemas. Isikliku viimase kolme aasta taimede müügikogemuse põhjal saan väita, et populaarsemaks turult ja laadalt ostetavaks suvilille liigiks on aedaster. Seda arvatavasti põhjusel, et ehituspoe aiaosakonnad ja erinevad aianduspoed pakuvad ainult potistatud suvililli. Aedaster sinna valikusse aga ei kuulu, kuna seda müüakse enamasti paljasjuursena. 51% vastanutest soetab suvililli lillepoest, kus tavaliselt pakutakse väiksemaid koguseid ja parema dekoratiivse välimusega liike, kuid kus on tavaliselt ka kõrgem hinnatase, kui ehituspoe aiaosakonnas või turul. 49% vastanutest kasvatasid haljastuseks suvililli ka ise või said sõpradelt-tuttavatelt.

Dekoratiivtaimede turustamine on muutumas üha olulisemaks komponendiks ka USA põllumajandussektoris (Yue, Behe 2008). Konkurentsi kasvades on muutunud ka turustuskanalid. Suvelilli müüakse seal nagu Eestiski turul, aianduskeskustes, lillepoodides ja supermarketites, viimasel ajal on muutunud üha intensiivsemaks müük otse tarbijatele ka interneti ja telefoni teel.



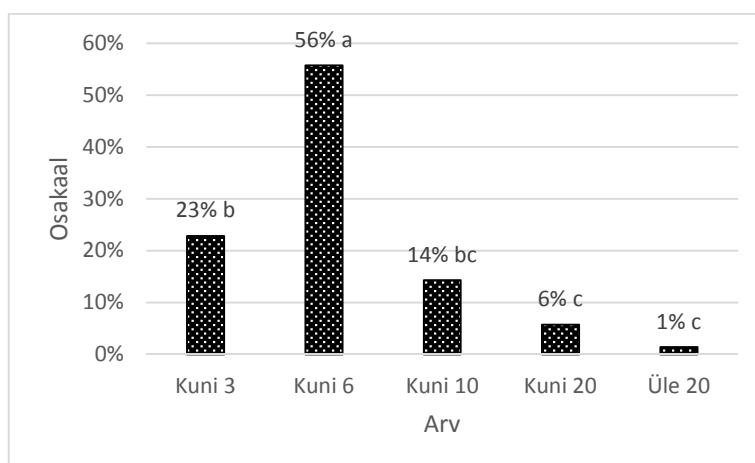
**Joonis 4.** Müügikohad, kust soetatakse suvelilli

Suvelillede ostueelistus ei ole otseselt seotud liikide tundmisega (joonis 5). Eesti tarbijad on uuendustele avatud ja neile meeldib uusi liike soetada ning huvitavaid kompositsioone katsetada. 21% vastanutest eelistavad alati ainult teada/tuntud liike, 79% vastajatest ostab lisaks teada tuntud liikidele ka uusi liike. Ainult uusi ja tundmatuid liike ei ostanud ükski vastaja, samas on Middleton (2015) välja toonud, et tarbijad on nõus ostma ka uusi liike, kui on kaasas juhend, kuidas taime kasvatada. Teada ja tuntud liikide valikut võib põhjendada ka asjaoluga, et tarbijad on eelnevate kasvatamiskogemuse tõttu juba teadlikud liigi/liikide kasvunõutest ja vastupidavusest. Samas uusi liike valitakse erineva ilmega kompositsioonide loomiseks.



**Joonis 5.** Suvelillede ostu eelistus seoses liikide tundmisega versus mittetundmisega (N=70;  $p<0,001$ )

Vastanutest 56% ostab keskmiselt kuni 6 erinevat suvelille liiki, 23% vastanutest kuni 3 ja 14% vastanutest rohkem kui 10 suvelille (joonis 6).

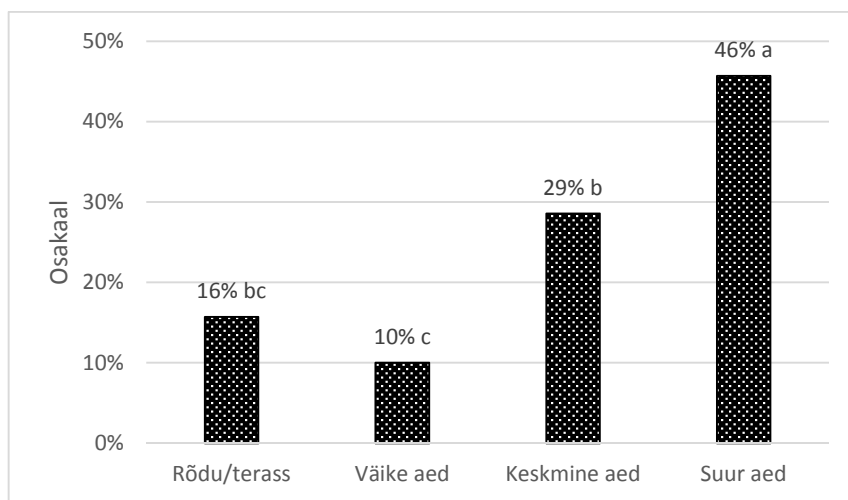


**Joonis 6.** Mitu liiki suvelilli aeda tavaliselt ostate (N=70;  $p<0,001$ )

Suvelille ostetavat kogust mõjutavad mitmed tegurid, näiteks liikide tundmine, taimede kasvatamise võimalused ja aia suurus, liikide valik kaubandusvõrgus jne. Eesti tarbijad soovivad oma aias näha erinevaid liike, seda näitab ka Eesti aedade kujundus, kus on palju erinevaid taimi. Samas, mida rohkem taimi, seda keerulisemaks võib osutuda taimede omavaheline sobitamine. Samas ei ole suvelille liikide valik aiandites väga suur ja seegi mõjutab ostetavat liikide kogust.

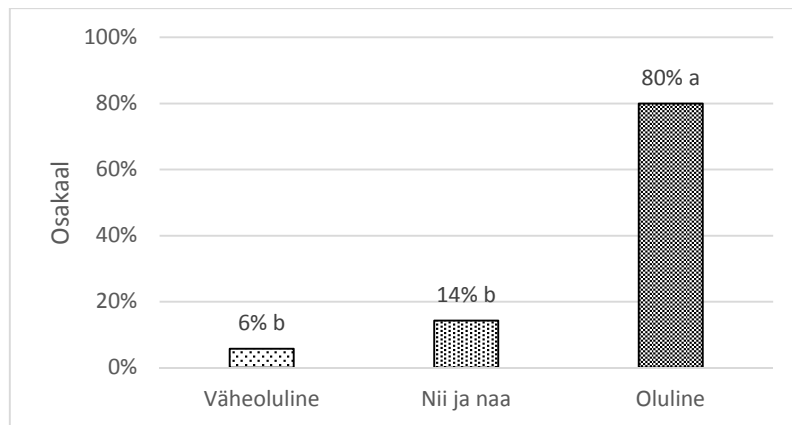
### 3.3. Suvelillede ostu valikut mõjutavad tegurid

Suvelillede ostu valikut ja kogust mõjutab vastajate elukoht ja aia suurus. Vastajatest 46% omab suurt aeda, mis on suurem kui 1000 m<sup>2</sup>, 29% oli keskmine aed, suurusega 600-1000 m<sup>2</sup> ja 10% väike aed, mille suurus oli kuni 600 m<sup>2</sup> (joonis 7). 16% uurimistöö küsitlusele vastanutest kasvas suvelilli ainult kas rõdul või terrassil, kellest 8 inimest elas korteris ja 3 eramus.



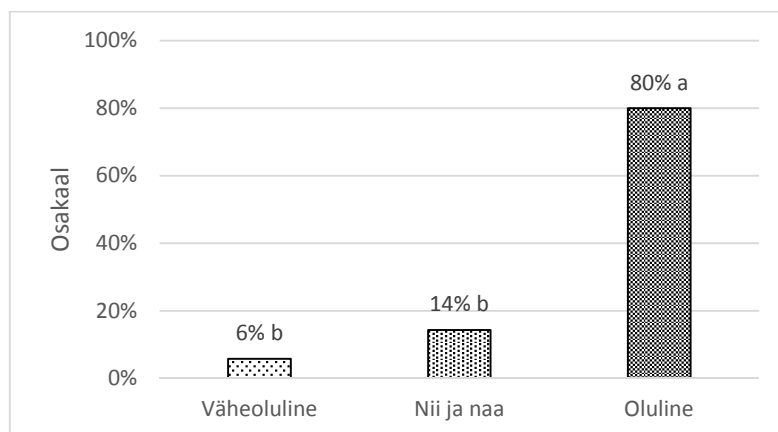
**Joonis 7.** Küsitluses osalenute aia suurus (N=70;  $p < 0,001$ )

Uurimistööst selgus, et 80% tarbijatest peavad kasvukohta oluliseks suvelille valikukriteeriumiks (joonis 8). Sarnasele tulemusele on jõutud ka Kagu-Austraalias läbiviidud uuringus, kus selgus samuti, et tarbijatele on oluline suvelille ostul valikukriteeriumina kasvukoht (Kendal *et al.* 2012). Tarbijad on taimede kasvunõuetest teadlikud ja enamus õisdekoratiivseid liike on sobivamad päikeselisele kasvukohale.



**Joonis 8.** Valikukriteeriumina kasvukoha olulisus suvelille ostul (N=70;  $p<0,001$ )

Uurimistööst selgus, et 80% tarbijatest eelistavad vähe hooldust nõudvaid suvelilli (joonis 9). Selline valik tuleneb arvatavasti kiirest elutempost. Seetõttu valitakse aeda suvelillede liigid, mis kasvavad meie kliimas ka vähese hooldusega. Samale tulemusele on jõutud ka Lõuna-Aafrika tarbijate hulgas läbi viidud uuringus, kus selgus, et tarbijad eelistavad vähe hooldust nõudvaid suvelilli (Middleton 2015). Tarbijad väärtustavad nt pikaealisust ja tugevat vastupanuvõimet kahjuritele ja haigustele. Taimede hoolduse maht on erinev, sõltuvalt sellest, kas taim kasvab avamaal või piiratud kasvuruumiga konteineris (Käger 2015: 123-124). Ka päikeses või varjus kasvavatel taimedel on erinev vajadus vee ja toiteelementide järele. Päikeselisel kasvukohal kasvavad ja rikkalikult õitsevad suvelilled vajavad rohkem kastmist ja väetamist.

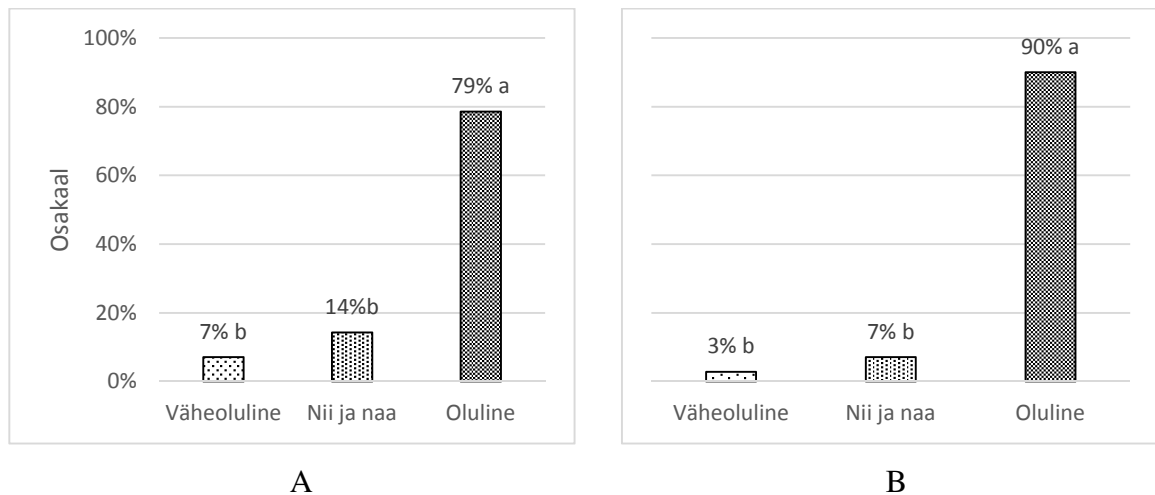


**Joonis 9.** Valikukriteeriumina hoolduse vajaduse olulisus suvelille ostul (N=70;  $p<0,001$ )

Eesti tarbijad eelistavad kvaliteetseid suvelilli, 79% oli oluline taime harunemine ja tugev kasv ning 90% vastanutest pidas oluliseks taime tervet välimust ja rohelist lehestikku (joonis

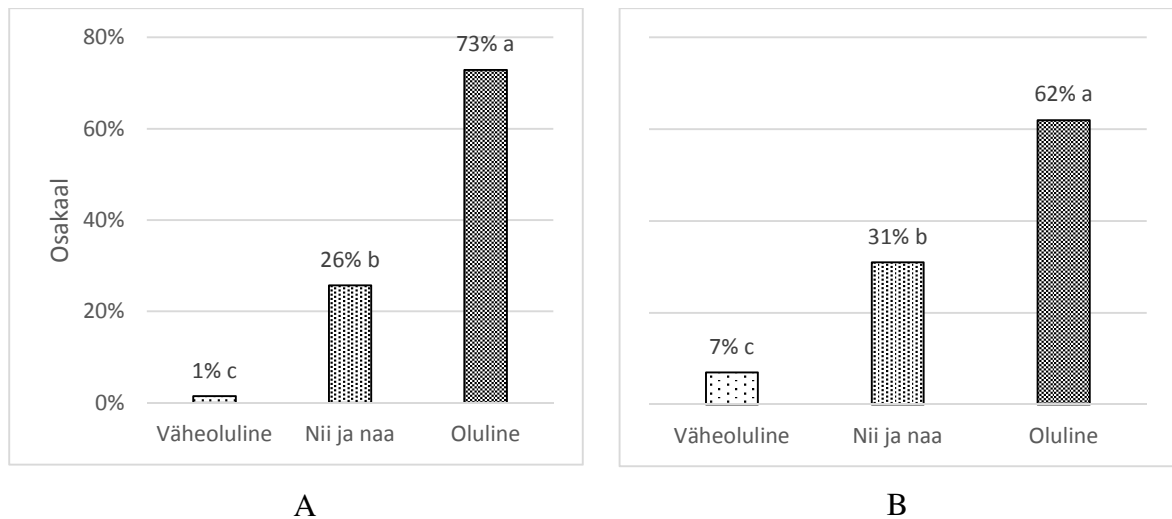


10). Lõuna-Aafrika tarbijatele on samuti oluline taime atraktiivne välimus ja kas ta sobib koju ning suuruse poolest kavandatud ümbrusega ja kas ta on õitsedes atraktiivne (Middleton 2015). Eesti kliima on väga heitlik, suvelilled nii peenras, amplites ja maapinnal asetsevates konteinerites peavad vastu pidama nii vihmadele, tugevatele tuultele kui ka lõõskavale päikesele. Arvatavasti on see ka põhjuseks, miks tarbijad eelistavad kvaliteetseid ja tugeva dekoratiivse välimusega suvelilli, mis kaunistaksid nende aeda kogu suve.



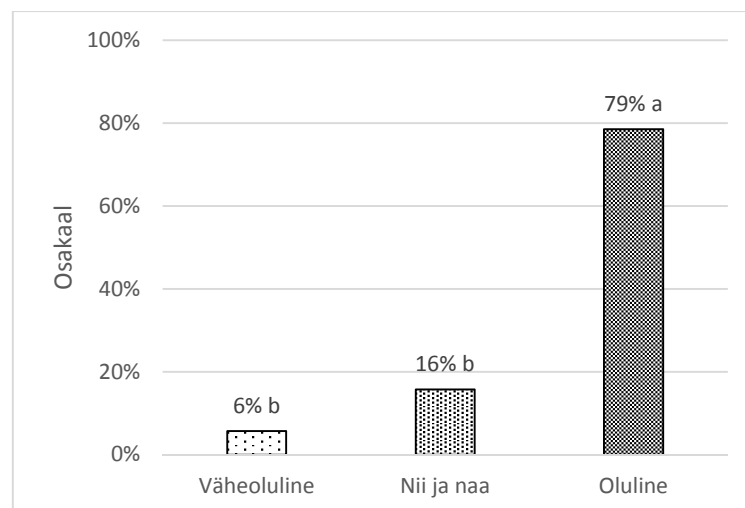
**Joonis 10.** Suvelillede ostul kvaliteedist lähtuvalt taime harunemise ja tugev kasvu (A; N=70;  $p<0,001$ ) ning terve välimuse ja roheline lehestiku olulisus (B; N=70;  $p<0,001$ )

Uurimistööst selgus, et 73% tarbijatele on valikukriteeriumina oluline kasvuvorm (joonis 11; A). Rippuv kasvuvorm on oluline 62% vastajatest (joonis 11; B). Suvelille liikide põhilised kasvuvormid on püstine, roniv, rippuv ja lamanduv. Püstist kasvuvormi võiks eelistada peenras ja lõikelilleks kasvatavate suvelillede puhul, kui ka erinevate kõrgustega kompositsioonide loomisel suurtes konteinerites. Rippuva kasvuvormiga suvelilled on tarbijate hulgas väga populaarsed. Neid kasutatakse enamasti kas amplites, rõdukastides või kõrgetes maapinnal asetsevates konteinerites kompositsioonide loomisel. Kuna 26% vastanutest omasid väikest aeda või terrassi/rõdu (joonis 7), siis on sinna lihtsam rippuvaid amplitaimi integreerida. See võis olla ka põhjuseks, miks rippuvat kasvuvormi oluliseks peeti.



**Joonis 11.** Kui oluline on suvelille ostul valikukriteeriumina kasvuvorm üldiselt (A; N=70;  $p<0,001$ ) ja rippuv kasvuvorm (B; N=70;  $p<0,001$ )

Suvelille õievärvi eelistus sõltub kompositsioonist ja on oluline 79% vastanutest (joonis 12). Uurimistöö vastajate arvamustes kajastus veel tendents, et pigem eelistatakse kompositsioonis mitmevärvilist kujundust ja mitut erinevat taimeliiki.

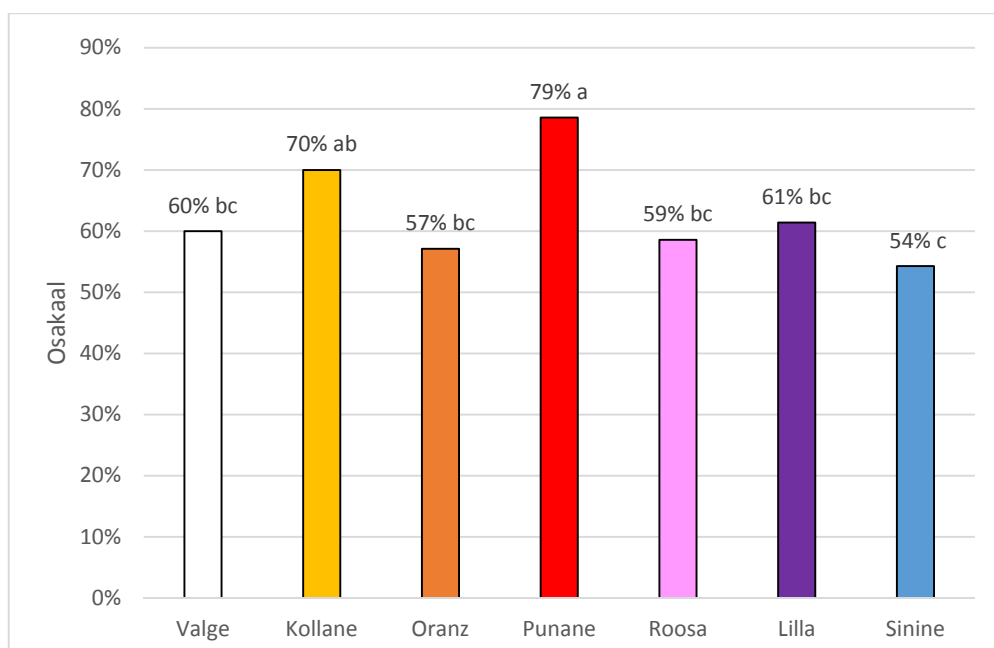


**Joonis 12.** Suvelille ostu seos õievärvi eelistusega kompositsioonis (taimede omavaheline sobivus; N=70;  $p<0,001$ )

Värve on võimalik kokku seada kahest printsiibist lähtuvalt, kas toon-toonis või kontrastina. Värvilisi kompositsioone saab aias luua ka dekoratiivsete toidutaimede ja suvelillede kokkusobitamisel ühte peenrasse, mis muudab aia kauniks ja on ühtlasi ka suurepäraseks toiduallikaks. Tänapäeval soovivad inimesed üha rohkem kasvatada enda tarbeks mahedalt

köögilvilju ja maitsetaimi ning nii mõnedki väikeaiad on planeeritud segaaiana või arenevad selles suunas (Rice 2006: 15).

Tarbijad eelistavad enam põhivärve, punaste (79%) ja kollaste (70%) õitega suvelilli (joonis 13). USA-s läbi viidud uurimuses eelistavad tarbijad aga sinist, kollast ja oranži õievärvust (Kelley *et al.* 2001). Punaste õitega suvelillede eeliseks võib pidada nende kokkusobivust paljude värvidega. Punaseõielisi lilli on soovitatav aias istutada sinna, kuhu ulatub õhtupäike, sest seda eredamana nad kompositsioonis paistavad (Lloyd 2002: 15). Kollane on värvispektri rõõmsaim värv ja päikesevärvina, meeleolukas ning tõstab tuju ja paistab peenras välja ka siis, kui taevas on pilvine. Oranži värvi eelistas 57% vastanutest, mis on silmapaistev värv ja eriti värviküllane koos oma vastandvärvi sinisega. Värvitasakaalu saavutamiseks tuleks oranžiõielisi lilli istutada vähem kui tema vastukaaluna toimivaid sinisetoonilisi liike (Rikkinen 2008: 46).



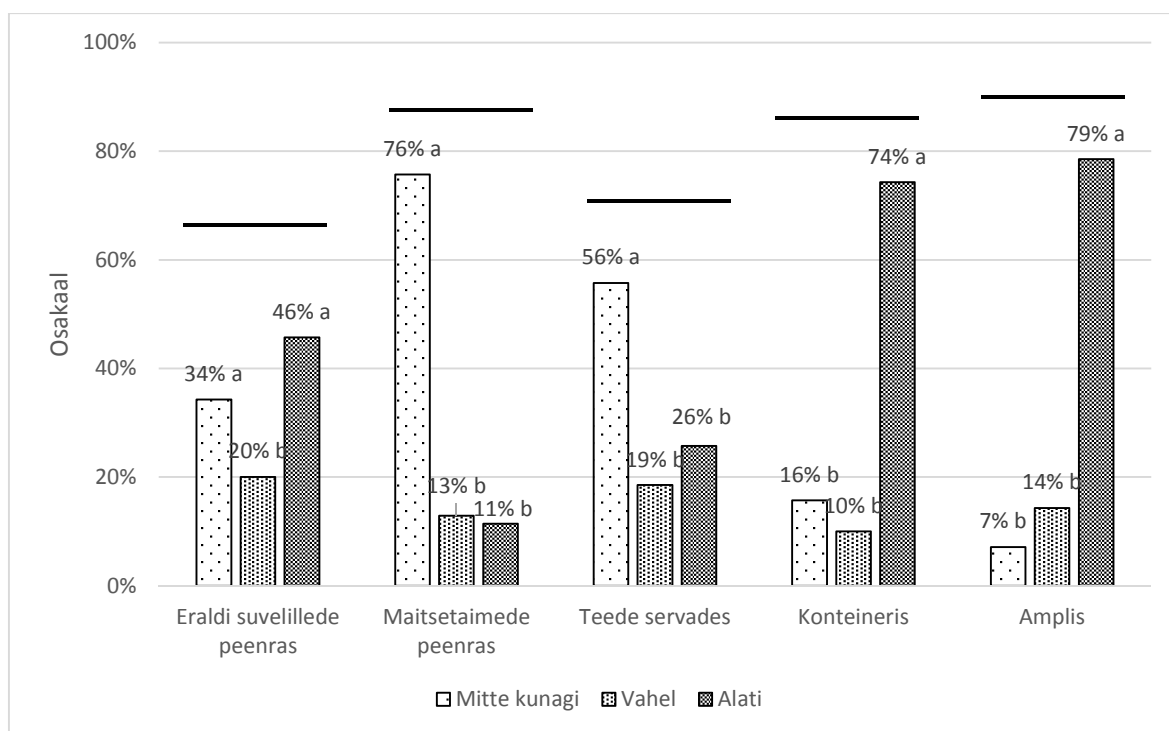
**Joonis 13.** Õievärvi eelistus suvelillede ostul (N=70;  $p<0,001$ )

Siniste õitega suvelilli ostaks 54% vastanutest. Sinine suurendab ruumi ja avaruse tunnet ning sobib hästi kokku roosa ja kollasega. Sinine ja hõbehall moodustavad harmoonilise kombinatsiooni (Rikkinen 2008: 143). Roosat õievärvi eelistaks 59% vastanutest. Heleroosade õitega suvelilled säravad varjus ja tulevad hästi esile tumerohelise lehestiku taustal. Roosade õite miinuseks on pleekimine tugevas päikesepaistes, mistõttu kaotab kiiresti oma dekoratiivsuse (Ullenius 2008: 46). Valgete õitega suvelilli eelistab 60%

vastanutest. Valged õied tõstavad esile teisi õievärve ja teda võib sobitada kokku kõigi teiste värvidega. Valged õied säravad efektselt varjulises kasvukohas. Lilla õievärvi eelistas ostul 61% vastajatest. Kontrastvärvuste paarina sobib violetne hästi kokku kollasega, kus viimane väiksemas koguses särab rikkalikult violetsel foonil (Randoja-Muts 2010: 38).

### 3.4. Kasvukohanõuded suvelillede ostu mõjutajana

Uurimustööst selgus, et kasvukoht on suvelillede ostul väga oluline (joonis 14). Suvelilli kasvatatakse kõige rohkem maapinnal asetsevates konteinerites (74%) ja amplites (79%). Ampleid ja konteinereid kasutatakse tihti näiteks terrasside ning rõdude kaunistamiseks, grillplatside ja puhkealade ümbruses, kui on väikesed aiad ning ruumi eraldi peenarde rajamiseks napib. Eraldi suvelillede peenraid rajab 46% vastanutest.



**Joonis 14.** Kuhu istutate tavaliselt aia planeerimisel ja kujundamisel suvelilli (N=70;  $p<0,001$ )? Horisontaalne joon tähistab omavael võrreldud tulpade mõju

Peerasse sobivad suvelilled, mis on püstise kasvuvormiga. Maitsetaimede ja köögiviljade peenras 76% tarbijatest suvelilli siiski ei kasvata, kuigi väikeses koduaias võiks ka need peenrad olla dekoratiivsed. Eesti Maaülikoolis läbi viidud katsest selgus, et teatud liiki

suvelilled aitavad vähendada ka kahjurite rünnakuid köögiviljadele (Kovacs *et al.* 2012). On ka mitmeid söödavate õitega suvelilled liike, mis sobiksid hästi just köögiviljade peenraste kasvama, kuid antud uurimistööst selgus, et Eestis ei ole see trend veel tarbijate hulgas populaarsust kogunud.

## KOKKUVÕTE

Uurimistöö eesmärgiks oli selgitada välja, millised suvelillede omadused on tarbijatele olulised ja mõjutavad ostueelistusi. Töö hüpotees oli, et tarbijad teevad suvelillede ostueelistuse taime hinna ja välimuse põhjal. Uurimistöösse kaasati vastajad mugavusvalimi põhimõttel, st. valiti inimesed, kes olid töö autorilt otnud suvelilli või tema tuttavad. Eesmärgi saavutamiseks viidi läbi ankeetküsitlus internetikeskkonnas. Kokku edastati elektrooniliselt 115 ankeeti, nendest tagastati ja andmeanalüüs tehti 70 ankeedi põhjal. Andmeanalüüsi tarbeks ankeetküsitluste vastused kodeeriti.

Uurimistööst selgus, et:

- suvelillede hind oli oluline 66% vastajatest, kuid samas 86% vastanutest on nõus suvelillede eest rohkem maksma, kui ostetav liik on kergesti hooldatav.
- Eesti tarbijatest 53% planeerivad suvelillede ostu tavaliselt ette ja ostukohas teeb spontaanseid oste 24% vastanutest.
- tarbijate seas oli populaarseim suvelille ostukoht ehituspoe aiaosakond, kust ostis suvelilli 59% vastanutest ja kõige vähem 14% vastanutest ostis suvelilli toidupoest.
- suvelillede ostu eelistus ei ole seotud liikide tundmisega ja 79% vastajatest ostab lisaks teada tuntud liikidele ka uusi liike.
- 56% vastajatest ostis korraga keskmiselt kuni 6 ja 23% vastanutest kui 3 erinevat suvelille liiki.
- suvelillede valikukriteeriumidest pidasid 80% tarbijatest oluliseks kasvukohta, 73% kasvuvorm ja 79% õievärvi. Enam eelistati punaste (79%) ja kollaste (70%) õitega suvelilli.
- suvelilli eelistati kasvatada maapinnal asetsevates konteinerites (74%) ja amplites (79%).
- 79% vastajatest oli oluline taime harunemine ja tugev kasv ning 90% taime terve välimus ja roheline lehestik, seega eelistavad tarbijad kvaliteetseid suvelilli.

Uurimustöö kokkuvõtteks võib öelda, et töös püstitatud hüpotees leidis kinnitust, nimelt on suvelille hind ja dekoratiivne välimus olulisteks mõjutajateks taime ostul. Uurimistöö

tulemused on kasuks suvelillede kasvatajatele ja tootjatele, et laiendada turul uute erinevate dekoratiivsete omaduste ja kasvukohta nõuetega liikide valikut. Samuti aitab see saavutada Eesti Aiandussektori arengukavas 2020. aastaks püstitatud eesmärk suurendada katmikala lillede ja ehistaimede kasvupind 20 ha ja lillekasvatuse eksport 4,8 mln eurole.

Edaspidi võiks uurida Eesti tarbijate huvi ja teadlikust, mujal maailmas suurt populaarsust kogunud söödavate suvelillede kasvatamise ja tarbimise vastu.

## SUMMARY

The aim of this study was to find out which qualities of summer flowers the consumers value and which ones influence their buying preferences. The hypothesis was that consumers make their buying choices based on the prize and appearance of the plants. Respondents were people who had bought summer flowers from the author of the study before or were her acquaintances. 115 questionnaires were sent out electronically, 70 of them were answered and analyzed. The answers from returned questionnaires were coded for data analysis.

The study showed that:

- 66% of respondents look at the prize first, although 86% said they are willing to pay more when the plant requires minimal care.
- 53% of Estonian consumers plan their buys of summer flowers ahead and only 24% buy summer flowers spontaneously.
- the most popular place for buying summer flowers is the gardening section at stores that sell construction materials (59%) and the least popular place is food store (14%).
- knowledge of summer flowers does not influence consumer buying preferences and 79% of respondents buy new plants and in addition to well known plants species;
- 56% of respondents bought up to 6 and 23% up to 3 different species of summer flowers at once.
- 80% of respondents thought that the growth space of summer flowers was important, 73% valued the growth shape and 79% the colour of blossoms. Red (79%) and yellow (70%) blossoms were the most preferred.
- summer flowers are usually put in on-the-ground containers (74%) and hanging flower containers (79%).
- 79% of respondents valued the plant's branching and strong growth and 90% valued the healthy look of the plant and green foliage, which means the consumers prefer high-quality summer flowers.



In conclusion the hypothesis was confirmed and consumer buying preferences depend on the prize and decorative appearance of the plant. The results of the study are useful for people who grow and manufacture summer flowers, in order to know the preferences of their consumers and expand selection of decorative summer flowers. It also helps to achieve the purpose set in Estonian Gardening Sector's development programme for 2020 - increase the growth space for flowers and decorative plants by 20 hectare and maximize flower export to 4,8 million euros.

It would be interesting to take this study further and analyze the Estonian consumer's interest and awareness of growing and consuming edible summer flowers, which is a big trend in other countries at the moment.

## KASUTATUD KIRJANDUS

1. **Aomets, M.** (2014). Maalehe suvelilleraamat. Tallinn: Printon. 184 lk.
2. *AS Sagro*. Lillekasvatus. – <http://www.sagro.ee/index.php?page=28> (16.03.2017)
3. **Behe, B. K., Campbell, B. L., Hall, C. R., Khachatryan, H., Dennis, J. H., Yue, C.** (2013). Consumer preferences for local and sustainable plant production characteristics. – *HortScience*. Vol. 48, No. 2, pp. 200–208.
4. **Behe, B., Nelson, R., Barton, S., Hall, C., Safley, C. D., Turner, S.** (1999). Consumer preferences for geranium flower color, leaf variegation, and price. – *HortScience*. Vol. 34, No. 4, pp. 740–742.
5. **Bohlmann, H., Bohlmann, A.** (2002). Ronitaimed iluaias. Tallinn: Odamees OÜ. 143 lk.
6. **Drameus-Åberg, L.** (2001). Suvised potililled. Tallinn: Sinisukk. 64 lk.
7. *Eesti Aiandusliit*. <http://www.aiandusliit.ee/kvaliteedimark/margi-kasutajad> (20.05.2017)
8. **Eesti aiandussektori arengukava aastateks 2015–2020.** (2015) Põllumajandusministeerium. <https://www.agri.ee/sites/default/files/content/arengukavad/arengukava-aiandussektor-2015-2020.pdf> (16.03.2017).
9. **Faßman, N., Kratz, M.** (2014). Aed rõdul. Õiteküllus, maitsetaimed ja aedviljad. Tallinn: TEA Kirjastus. 136 lk.
10. *Flores Aed OÜ*. Tutvustus. <http://www.floresaed.ee/flores-aed/> (30.03.2017)
11. Garden trends report GROW 365. – *Garden Media Group*. [http://cdn2.hubspot.net/hubfs/165357/docs/2017\\_Garden\\_Trends\\_Report.pdf?t=1474407433521](http://cdn2.hubspot.net/hubfs/165357/docs/2017_Garden_Trends_Report.pdf?t=1474407433521) (21.05.2017).
12. **Haarpaintner, A.** (2004). Minu aiaparadiis. Kaunis lõhnaaed. Tallinn: Tormikiri. 79 lk.
13. **Hinsley, A., Verissimo, D., Roberts, D. L.** (2015). Heterogeneity in consumer preferences for orchids in international trade and the potential for the use of market

- research methods to study demand for wildlife. – *Biological Conservation*. Vol. 190, pp. 80– 86.
14. **Kaart, T.** (2012). Binaarsete tunnuste analüüsimetodid. [http://www.eau.ee/~ktanel/bin\\_tunnuste\\_analyys/pt27.php](http://www.eau.ee/~ktanel/bin_tunnuste_analyys/pt27.php) (03.05.2017).
  15. **Kelley, K. M., Behe, B. K., Biernbaum, J. A., Poff, K. L.** (2001). Consumer preference for edible-flower color, container size, and price. – *HortScience*. Vol. 36, No.4, pp. 801– 804.
  16. **Kendal, D., Williams, K. J., Williams, N. S.** (2012). Plant traits link people's plant preferences to the composition of their gardens. – *Landscape and Urban Planning*. Vol. 105, No.1, pp. 34– 42.
  17. **Kovacs, G., Kaasik, R., Luik, A., Veromann, E.** (2012). Kivikilbik meelitab kapsakoid. – *Teaduselt mahepõllumajandusele*. Konverentsi "Mahepõllumajanduse arengusuunad - teadlaselt mahepõllumajandusele", Tartu, 8.11.2012. Toim. Metsapalu, L.; Luik, A. Tartu: Eesti Loodusfoto, 50–52.
  18. **Käger, E.** (2015). Aia siin- ja sealpool aknalauda. Tallinn: Kirjastus Varrak. 247 lk.
  19. **Kähr, Aarne.** (2012). Kirjulehised püsililled ja kõrrelised. Tallinn: AS Ajakirjade Kirjastus. 144 lk.
  20. **Lasis, A.** (2014). Murust iluaiani. Tallinn: AS Printon. 111 lk.
  21. **Lepik, A.** (2013). Põhjused, miks kasvatada kirinõgest. Maakodu. [e-ajakiri] <http://maakodu.delfi.ee/news/maakodu/aed/pohjused-miks-kasvatada-kirinogest?id=65667154> (20.05.2017)
  22. Linna rohealade hooldamine. (2014). /Toim. Jürisoo, L; Unt, A-L; Bell, S; Balicka, J. Tartu: Eesti Maaülikool. 99 lk.  
[http://eds.ee/eds/images/doc/Green\\_man\\_A5\\_EST.pdf](http://eds.ee/eds/images/doc/Green_man_A5_EST.pdf) (15.04.2017)
  23. **Lloyd, Christopher.** (2002). Värvid aias. Tallinn: Maalehe Raamat. 192 lk.
  24. **Månsson, L, Johanson, B K.** (2006). Suvelilled. Tallinn: Maalehe raamat. 173 lk.
  25. **Mason, S. C., Starman, T. W., Lineberger, R. D., Behe, B. K.** (2008). Consumer preferences for price, color harmony, and care information of container gardens. – *HortScience*. Vol. 43, No. 2, pp. 380–384.

26. **Matsuoka, R. H., Kaplan, R.** (2008). People needs in the urban landscape: analysis of landscape and urban planning contributions. – *Landscape and urban planning*. Vol. 84, No.1, pp. 7–19.
27. **Middleton, L.** (2015). South African consumers' selection criteria for ornamental plants: a market perspective. – *South African Journal of Plant and Soil*. Vol. 32, No. 4, pp. 253–255.
28. *OÜ Hansaplant Hulgi*. Firmast. <http://www.hansaplant.ee/?op=body&id=8> (30.03.2017)
29. *OÜ Kanepi aiand*. Tooted. Suvelilled. . <http://www.kanepiaiaand.ee/tooted/suvelilled> (16.03.2017)
30. *OÜ Nurmiko AK*. Firmast. <http://www.nurmiko.ee/firmast> (30.03.2017).
31. **Palusalu, R.** (2011). Taluaia taimed. Tallinn: AS Ajakirjade Kirjastus. 190 lk.
32. PMS119: Avamaa- ja katmiklilled ning ehistaimede kasvatus. (andmed uuendatud 14.03.2017). – *Eesti Statistika andmebaas*. <http://pub.stat.ee/px-web.2001/Dialog/Saveshow.asp> (21.05.2017)
33. **R Core Team** (2016). R: A language and environment for statistical computing. R Foundation for Statistical Computing, Vienna, Austria. <https://www.R-project.org/>.
34. **Randoja-Muts, R.** (2009). Peenar sinu aias. Kujundamise põhimõtted, näidispeenrad, taimesoovitused. Tallinn: Menu Kirjastus. 159 lk.
35. **Randoja-Muts, R.** (2010). Lilled anumad ja amplis. Konteinerhaljastuse põhimõtted. Tallinn: AS Ajakirjade Kirjastus. 94 lk.
36. **Rice, G.** (2006). Puu- ja köögiviljad, maitse- ja ilutaimed ühes aias. Segaaed. Tallinn: Kirjastus Varrak. 176 lk.
37. **Rikkinen, J.** (2008). Värvide aias. Tallinn: Kirjastus Varrak. 207 lk.
38. **Rönblom, E.** (2008). Aia aastaajad. Tallinn: Sinisukk. 271 lk.
39. **Tara, A-K.** (2009). Suvelilled. Tallinn: AS Ajakirjade Kirjastus. 288 lk.
40. **Ullenius, A.** (2008). Aed pottides. Tallinn: Maalehe Raamat. 120 lk.
41. **Vabrit, S.** (1996). Väike suvelilleraamat. Tallinn: Perioodika. 45 lk.
42. **Vabrit, S.** (2002). Üheaastaste ilutaimede haljastusväärtust mõjutavad tegurid. (Doktoritöö). Eesti Põllumajandusülikool, Aianduse instituut. Tartu. 120 lk.
43. **Vool, E., Politsinski, Ž.** (2016). Väetamise ja kasvukoha valgustingimuste mõju neegri-hiidhirs sortide dekoratiivsusele. – *Aiandusfoorum 2016*. Eesti Põllumajandus-Kaubanduskoda. Lk. 24–27.

44. **Wehmeyer, W, Hackstein, H.** (2008). Terrassi- ja rõdutaimele leksikon. Tallinn: Maalehe Raamat. 302 lk.
45. **Yue, C., Behe, B. K.** (2008). Estimating US consumers' choice of floral retail outlets. – *HortScience*. Vol. 43, No. 3, pp. 764–769.
46. **Yue, C., Campbell, B., Hall, C., Behe, B., Dennis, J., & Khachatryan, H.** (2015). Consumer Preference for Sustainable Attributes in Plants: Evidence from Experimental Auctions. – *Agribusiness*. Pp. 1–14.
47. **Yue, C., Dennis, J. H., Behe, B. K., Hall, C. R., Campbell, B. L., Lopez, R. G.** (2011). Investigating consumer preference for organic, local, or sustainable plants. – *HortScience*. Vol. 46, No.4, pp. 610–615.
48. **Yue, C., Tong, C.** (2009). Organic or local? Investigating consumer preference for fresh produce using a choice experiment with real economic incentives. – *HortScience*. Vol. 44, No. 2, pp. 366–371.

**LISAD**

## Lisa 1. Ankeetküsitluse vorm

Hea vastaja!

Olen Eesti Maaülikooli aianduse eriala üliõpilane Helen Rouhijainen.

Käesoleva küsitluse eesmärgiks on läbi viia magistritöö uurimus teemal: „Suvelillede ostueelistusi mõjutavad tegurid“. Küsimustikule vastamine on anonüümne ning selleks kulub umbes 10 minutit. Küsimustikule vastates palun märkige etteantud vastusevariantidest Teile sobivaim. Osade küsimuste juures on võimalik lisada sobiva variandi puudumisel Teie isiklik variant omas sõnastuses. Kuna antud uuringu eesmärgiks on koguda võimalikult täpset ja tõest teavet, siis on väga oluline, et vastaksite küsimustikule ausalt lähtudes oma kogemustest ja seisukohtadest.

### Ankeetküsitlus

#### 1. Kui olulised on suvelillede ostul Teile jaoks järgmised valikukriteeriumid?

	Väga oluline	Pigem oluline	Nii ja naa	Pigem väheoluline	Täiesti väheoluline
1. Hind					
2. Värvus					
3. Kõrgus					
4. Õiekuju					
5. Lehestik					
6. Lõhn					
7. Kasvuvorm/-kuju					
8. Kasvukoht(päike/vari)					
9. Õitsemise aeg					
10. Lihtne hooldus					
11. Soodushind					

Ettepanekud ja arvamused (soovite veel midagi lisada, mis küsimustega välja ei tule)

.....

**2. Kas suvelillede ost on etteplaneeritud või teete seda ostukohas spontaanselt?**

- a) Planeerin peaaegu alati
- b) Enamasti planeerin
- c) Nii ja naa
- d) Enamasti ostan spontaanselt
- e) Ostan peaaegu alati spontaanselt

**3. Mis on Teie jaoks kvaliteetse suvelille ostul oluline?**

	Väga oluline	Pigem oluline	Nii ja naa	Pigem väheoluline	Täiesti väheoluline
<b>1. Hästi harunev ja tugeva kasvuga</b>					
<b>2. Rohkelt õitsev</b>					
<b>3. Terve ja roheline lehestikuga.</b>					

Ettepanekuid ja arvamusi lisaks (soovite veel midagi lisada, mis küsimustega välja ei tule)

.....

**4. Kas Teie suvelillede eelistus on seotud liikide tundmisega?**

- a) Eelistan teada/tuntud liike.
- b) Ostan nii teada/tuntud liike kui ka uusi tundmatuid liike.
- c) Eelistan uusi tundmatuid liike.

**5. Millised suvelillede dekoratiivsetest omadustest on Teie jaoks olulised?**

	Väga oluline	Pigem oluline	Nii ja naa	Pigem väheoluline	Täiesti väheoluline
<b>1. Püstine kasvukuju</b>					
<b>2. Rippuv kasvukuju</b>					
<b>3. Roomav/lamanduv kasvukuju</b>					
<b>4. Lihtõielisus</b>					
<b>5. Täidisõielisus</b>					
<b>6. Kellukjas õis</b>					
<b>7. Liblikjas õis</b>					

Ettepanekuid ja arvamusi lisaks (soovite veel midagi lisada, mis küsimustega välja ei tule)

.....



## 6. Millest lähtute suvelille õievärvuse valikul?

	Olen täiesti nõus	Pigem nõus	Nii ja naa	Pigem ei ole nõus	Ei ole üldse nõus
1. Isiklikust lemmikvärvist					
2. Kompositsioonist					
3. Teadlikusest trendivärvidest					
4. Asukoha vahetus läheduses olevate elementide värvusest					

Ettepanekuid ja arvamusi lisaks (soovite veel midagi lisada, mis küsimustega välja ei tule)

.....

## 7. Millist värvi õitega suvelilli ostul eelistate?

	Olen täiesti nõus	Pigem nõus	Nii ja naa	Pigem ei ole nõus	Ei ole üldse nõus
1. Valgete					
2. Kollaste					
3. Oranzide					
4. Punaste					
5. Roosade					
6. Lillade					
7. Siniste					

Ettepanekuid ja arvamusi lisaks (soovite veel midagi lisada, mis küsimustega välja ei tule)

.....

## 8. Millise kõrgusega suvelilli ostul eelistate?

- a) Madalaid (kuni 20 cm)
- b) Keskmise kõrgusega (kuni 60 cm)
- c) Kõrgeid (kõrgemad kui 60 cm)
- d) Kõrgus ei ole oluline

**9. Mitut liiki suvelilli (näit. petuuna, lobeelia, peiulill jne.) aeda ostate?**

- a) kuni 3
- b) kuni 6
- c) kuni 10
- d) kuni 20
- e) üle 20

**10. Millistel tingimustel olete nõus suvelillede eest enam raha kulutama?**

	Olen täiesti nõus	Pigem nõus	Nii ja naa	Pigem ei ole nõus	Ei ole üldse nõus
1. Taimed õitsevad rohkelt					
2. Taimed näevad terved ja tugevad välja					
3. Õie värv atraktiivne					
4. Pikaajaline õitseja					
5. Lihtne hooldada					
6. Haruldane taim					

Ettepanekuid ja arvamusi lisaks (soovite veel midagi lisada, mis küsimustega välja ei tule)

.....

**11. Millistest müügikohtadest soetate tavaliselt suvelilli?**

	Olen täiesti nõus	Pigem nõus	Nii ja naa	Pigem ei ole nõus	Ei ole üldse nõus
1. Turult					
2. Laadalt					
3. Lillepoest					
4. Ehituspoe aiaosakonnast					
5. Toidupoest (Selver, Rimi jne.)					
6. Saan sõpradelt/tuttavatelt					
7. Kasvatan ise					

Ettepanekuid ja arvamusi lisaks (soovite veel midagi lisada, mis küsimustega välja ei tule)

.....

## 12. Kui suur on Teie aed?

- a) Suur aed (suurem kui 1000 m<sup>2</sup>)
- b) Keskmine aed (600-1000 m<sup>2</sup>)
- c) Väike aed (kuni 600 m<sup>2</sup>)
- d) Kasvatan suvelilli terrassil või rõdul.

## 13. Kuhu istutate tavaliselt aia planeerimisel ja kujundamisel suvelilli?

	Olen täiesti nõus	Pigem nõus	Nii ja naa	Pigem ei ole nõus	Ei ole üldse nõus
1. Eraldi suvelillede peenrasse					
2. Püskute peenrasse					
3. Maitsetaimede/köögililja peenrasse					
4. Teede servadesse					
5. Terrassi või isteala ümbrusesse					
6. Maja seinte äärde					
7. Aia äärde					
8. Maapinnal/terrassil olevates konteineritesse					
9. Amplitesse					

Ettepanekuid ja arvamusi lisaks (soovite veel midagi lisada, mis küsimustega välja ei tule)

.....

## 14. Suvelillede kompositsiooni loomisel eelistate...

	Olen täiesti nõus	Pigem nõus	Nii ja naa	Pigem ei ole nõus	Ei ole üldse nõus
1. Ühte/kahte taimeliiki					
2. Palju erinevaid taimeliike					
3. Ühevärvilist kujundust					
4. Mitmevärvilist kujundust					

Ettepanekuid ja arvamusi lisaks (soovite veel midagi lisada, mis küsimustega välja ei tule)

.....

## 15. Kas kollektsioneerite oma aias suvelilli?

- a) Jah
- b) Ei

**16. Küsitletava isikuandmed:**

Vanus:.....

Sugu: naine/mees

Elukoht: korter/elamu

Haridus: põhiharidus/keskharidus/keskeriharidus/kõrgemharidus

Sotsiaalne staatus: õpilane/palगतtöötaja/ettevõtja/pensionär

**Lihtlitsents lõputöö salvestamiseks ja üldsusele kättesaadavaks tegemiseks ning juhendaja(te) kinnitus lõputöö kaitsmisele lubamise kohta**

Mina, Helen Rouhijainen, sünniaeg 19.04.1979,

1. annan Eesti Maaülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) enda loodud lõputöö Suvelillede ostueelistusi mõjutavad tegurid, mille juhendaja(d) on dotsent Ele Vool PhD ja dotsent Argo Moor PhD,

1.1. salvestamiseks säilitamise eesmärgil,

1.2. digiarhiivi DSpace lisamiseks ja

1.3. veebikeskkonnas üldsusele kättesaadavaks tegemiseks

kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni;

2. olen teadlik, et punktis 1 nimetatud õigused jäävad alles ka autorile;

3. kinnitan, et lihtlitsentsi andmisega ei rikuta teiste isikute intellektuaalomandi ega isikuandmete kaitse seadusest tulenevaid õigusi.

Lõputöö autor \_\_\_\_\_

(allkiri)

Tartu, \_\_\_\_\_

(kuupäev)

---

**Juhendaja(te) kinnitus lõputöö kaitsmisele lubamise kohta**

Luban lõputöö kaitsmisele.

\_\_\_\_\_  
(juhendaja nimi ja allkiri)

\_\_\_\_\_  
(kuupäev)

\_\_\_\_\_  
(juhendaja nimi ja allkiri)

\_\_\_\_\_  
(kuupäev)